

10. Одинцова М.А. Сказкотерапия как одно из направлений психологической помощи молодежи с ограниченными возможностями здоровья // Инновационные технологии обеспечения социально-психологической адаптации и готовности к труду детей и молодежи с ограниченными возможностями здоровья. Ч. II. М., МГОУ 2014. С. 103–109.

11. Гудзь-Марков А.В. Домонгольская Русь в летописных сводах V–XIII вв. М.: Вече, 2005. 480 с.

12. Мельникова Е.А. Славяне и скандинавы. М.: Прогресс, 1986. 416 с.

13. Колесов В.В. Мир человека в слове Древней Руси. Л.: Изд-во ЛГУ, 1986. 311 с.

14. Былины / сост., автор предисл. и ввод. текста В.И. Калугин. М.: Современник, 1986. 559 с.

ГРНТИ 13.11.22

УДК 008.316.6

Е.Л. Яковлева
КИУ им. В.Г. Тимирясова, Казань

СОВРЕМЕННЫЕ МИФОЛОГИЗАЦИИ ГЛАМУРНОЙ ИДЕОЛОГИИ

Объектом исследования становится миф в контексте современной идеологии гламура. Обладая гибкими свойствами, миф подстраивается под современные гламурные тенденции, наделяя их чертами чудесности. Посредством мифа в массовое сознание внедряются идеи гламура, связанные с вечной красотой, молодостью и богатством, но они оказываются деформированными. Вследствие невозможности изгнания мифа из социокультурного пространства над ним необходимо рефлексировать.

Ключевые слова: миф, гламур, идеология, мифологизация, манипуляция, идеальное, образ.

Как известно, «каждая культурно-историческая эпоха порождает определенный набор жизненных доминант», воспринимаемых «как норма, образ жизни и господствующее мировоззрение» [1, с. 5]. Сегодня довольно мощным орудием управления миром можно назвать гламур и его ценностные доминанты в виде красоты, молодости и богатства. Подчеркнем, ключевые идеи и образы гламура, внедряясь в массовое сознание, активно мифологизируются. Данная мифологизация неслучайна. Миф представляет собой «вечную символическую форму»: его проявления обнаруживаются в каждой культурно-исторической эпохе. Более того, миф оказывается довольно удобной

конструкцией для идеологических систем и их внедрения в массовое сознание. Именно миф позволяет объединить разнородное, минуя диалектические законы и доводы рассудка, потому что логика мифа подчинена иной модальности: она в большей степени чудесная и эмоциональная. Закон действия чудесного настолько завораживает личность, что она незаметно для себя отчуждается от реальности, погружаясь в сферу фантазийно-магического. В пространстве мифического вуалируются негативные стороны жизни, в том числе экзистенциальные страхи индивида, и внедряется *идея возможного*, что способствует возвышению личности.

Современная ситуация в социальном не является исключением: в ней можно обнаружить мифологизацию различных аспектов и сторон жизни как общественных, так и индивидуальных. При этом объектом мифизации становится гламур и его идеология.

Миф сакрализирует пространство гламура и его идеологии, дополнительно наделяя сверхъестественными чертами, магическими свойствами и обожествленными личностями, требующими поклонения. Мифологические нарративы гламура усиливают эффект манипуляции его идеологическими конструкциями. Вспомним слова Б. Малиновского, заключившего следующее: «Миф – это неотъемлемая часть структуры всякой религии, а если более конкретно, то он представляет собой матрицу и ритуала, и веры, и морального поведения, и социальной организации» [2, с. 281].

В нашем контексте роль религии выполняет гламурная идеология. Б. Малиновский выделил особую «незаменимую функцию» мифа: «Он выражает, укрепляет и кодифицирует веру; он оправдывает... моральные принципы; он подтверждает действенность обряда и содержит практические правила, направляющие человека» [2, с. 99]. В дальнейшем М. Элиаде, развив данную идею в «Аспектах мифа», выделил еще некоторые черты мифа как феномена, усиливающие влияние идеологического конструкта. Так, у него мифологическое повествование как нечто абсолютно-реальное и истинно-сакральное является историей подвигов сверхъестественных сил, транслирующих знание и помогающее всем, приобщившимся к нему, реактуализировать события священной истории [3, с. 28–29]. При этом, как мы считаем, идеологичность мифа обнаруживается не только в архаических обществах, но и в современных. Неслучайно, говоря о гламурной идеологии, мы видим в ней проявление *мифорелигиозных черт*, связанных с восприятием ее постулатов и тенденций.

Ставка на мифическую религиозность в контексте идеологии неслучайна. Как справедливо заметил Б. Рассел, «наиболее влиятельным

фактором, определяющим действия людей на протяжении длительных периодов мировой истории, была религия» [4, с. 71–72]. Подобная точка зрения не единична. У. Матц, профессор Кельнского университета, изучая идеологию, выделял в ней религиозно-мотивированный аспект, трансформирующийся в секулярную систему ориентаций («эрзац-религию») [5]. Ценности идеологии вырастают не в самом обществе, считал кельнский ученый, а являют собой некую трансцендентность, навязываемую в социальном [5].

Вспоминая трактовку идеологии Р. Бартом, обратим внимание на одно ее свойство. По мнению философа, идеология есть *метаязыковой миф*, в котором объектам приписываются не прямые значения, помогающие людям в социализации. Исходя из данного утверждения и рассуждая о мифологичности идеологии гламура, мы приходим к антиномичной ситуации. Людям присуща тяга ко всему магическому и чудесному, существующая изначально. Индивид мифологизирует в той или иной степени окружающую, в том числе социальную, действительность, конструируя тот мир, который оптимальным образом соответствует его субъективным представлениям. В результате этого человек, творчески играя, выстраивает «миф своей жизни», превращая, по словам А.Ф. Лосева, свое бытие в миф. Процесс мифологизации, связанный с идеологией гламура, с одной стороны, рождает удобное для личности пространство со своим микроклиматом и темпоритмами, с другой стороны, отдаляет индивида от действительности, способствуя появлению отчуждения. Рождаемые посредством мифизаций гламурные пространства создают иллюзию ощущения безопасности и комфорта, но в реальности они оказываются симулятивными и преходящими, быстро меняющимися в текучей современности. Примиряясь посредством мифологизации с социальным миром, у человека рождается иллюзия, что он преодолел собственную кризисность/бездуховность/одиночество/скуку, стал самодостаточным и перестал ощущать бессмысленность своего существования. Но данное ощущение мгновенно исчезает в связи с появлением новой гламурной тенденции, которая еще не стала собственностью личности, являя свой образ в виде *мечты потребителя*.

Идеологические системы, в том числе гламура, в большей или меньшей степени оказываются далекими от феноменологической реальности: в них выстраиваются фантазийные миры, выдаваемые за существующие и принимаемые в качестве идеального жизнеустройства, что приводит к утверждению о связи идеального и идеологии. Так, Ф. Энгельс акцентировал внимание на том, что в идеологии представления о действительности берутся не столько из нее, сколько

из представлений о ней, имеющих образцово-безупречный характер. Данное положение указывает на идеальность идеологических конструкций. Подчеркнем, идеальное имеет место не за пределами, а внутри материального мира, что создает предпосылки желания ее реализации. Идеальная структура, возникнув и распространяясь в социокультурном пространстве, начинает увлекать своей эталонностью все большее число людей: они начинают не только интерпретировать мир с точки зрения идеала, но и привносить элементы идеального в жизнь. Идеология, подчиняя своим доктринам массовое сознание, разворачивает свою активную деятельность в социальном, определяя его функционирование и развитие.

Интенсивное распространение идеологии гламура посредством культуры, науки, политики и искусства создает предпосылки появления соответствующей ей социальной психологии. Безусловно, идеология представляет собой *явление духовного порядка*, которое можно оценивать с точки зрения истинности/ложности, научности/ненаучности, прогрессивности/регрессивности и пр. Проникая во все элементы социопространства, идеология со своими мифизированными чертами становится тотальной.

Огромную роль в распространении идеологии гламура играют СМИ, мгновенно пускающие в тираж любую информацию. Посредством мифа массовой аудитории преподносятся удивительно-загораживающие истории гламурных персон, которые были «срезжиссированы и задокументированы пресс-службами», выдаваясь в новостных выпусках/передачах/репортажах/шоу «маленькими порциями» [6, с. 149]. Подобные материалы становятся «частью новой реальности второго порядка, которая накладывалась на обычную жизнь и воспринималась исключительно через прессу» [6, с. 151], а если брать шире – через СМИ и Интернет.

Техника и технические возможности сегодня умирят любые противоположные энергии, усиливая эффект воздействия мифическим чудесным. Идеология гламура дарит надежду, обещая каждому избавиться от бедности, уродства и старости. В этом обнаруживается ее *отупляющее очарование*, на которое ведутся уставшие от перманентных кризисов люди. Если рассмотреть суть ключевых постулатов гламура, то идея вечной молодости относится к разряду абсолютно утопичных и даже абсурдных, а идеи вечной красоты и богатства можно отнести к относительно утопичным. Но, как правило, об этом задумываются единицы. Сами гламурные образы и персоны обожествляются. Не в последнюю очередь данное осуществляется посредством мифологизированных текстов, которые основаны на чудесных превращениях и неожиданных возвышениях личности.

Идеология гламура являет «поэтичность политики и политичность поэтики», «где поэтическое и политическое включены в пространство мифической мысли» [7, с. 109]. Возможно, именно это обстоятельство наиболее ярко демонстрирует волю к власти, вуалируемую гламурным, мифическим. При этом даже «мифическая воля к власти являлась тоталитарной» [7, с. 109]. Дело в том, что в гламурной идеологии, опирающейся на мифы о красоте, молодости и богатстве, заложена кантовская модель «регулирующей идеи», задающей предпосылки для мыслей и действий в социальном. Как замечает Ж.-Л. Нанси, «мифическая воля тоталитарна в своем содержании, ибо ее содержанием всегда является общность во всех ее видах: общность природы и человека, человека и Бога, тождество человека с самим собой, общность людей друг с другом» [7, с. 110]. Данное положение позволяет сделать вывод о необходимости существования мифа в любом сообществе и в пространстве личного бытия, а значит – и в любой идеологической доктрине.

Мифологизация красоты, молодости, богатства как основа счастья и благополучия рождает иллюзорный мир, с одной стороны, оторванный от феноменологической действительности, а с другой стороны, претендующий и даже пытающийся заменить ее. Подобный раскол, заложенный в гламуре, негативно сказывается на личной экзистенции: индивид перестает различать реальное и иллюзорное/естественное и искусственное, погружаясь в особую виртуальную среду – *гламурное пространство*.

Наш акцент на виртуальности принципиален. Дело в том, что виртуальная реальность, имитирующая действительность, создается техническими средствами, воздействуя в реальном времени на ощущения личности (зрение, осязание, слух, обоняние). В социуме виртуальные тактики гламура сегодня широко распространены. Технически сотворенными оказываются не только образы и их пространства, но и дальнейшие личные практики, связанные с переделыванием всего окружающего и собственного «я», в том числе, лица и тела. Перечисленное сначала осуществляется виртуально – благодаря различным компьютерным 3D-программам, например, по моделированию человека/домов/интерьеров/одежды/вещей.

Виртуальные практики обладают мощной силой, на которую указывал С. Жижек. Она связана с ускользанием/бегством от бытия посредством представления «социальной действительности как укрытия от некой травматической реальной сущности» [8, с. 52].

Виртуальность гламурного пространства способствует появлению особого состояния личности – *лиминальности*. Ее *переходность*

всегда непредсказуема и зависит от следующей гламурно-модной тенденции. Дело в том, что гламур можно отнести к числу эфемерных феноменов. Его развитие характеризует спонтанность и стохастичность, что говорит в пользу ризоматичности. Бесконечные метаморфозы личности, подчиняющейся идеологии гламура, неоднозначны.

С одной стороны, индивид становится подвижным/ текучим/ мобильным, следуя тенденциям и запросам времени, то есть *современным*. С другой стороны, постоянные изменения, перечеркивающие стабильность и не признающие оседлости/ корней/ прошлого, размыывают личные основания/идентичность, человек теряет самого себя, свое «самое само» (А.Ф. Лосев), становясь *современным*.

В заключении обратим внимание на следующие важные моменты. Отношение в обществе к идеологии неоднозначно: ей приписывают как позитивные, так и негативные качества. С одной стороны, она выступает в качестве основы социального бытия, обеспечивая его единство и целостность. С другой стороны, мифизация и деформация действительности, вуалирование противоречий и недостатков, в том числе, связанных с правящими элитами и их целями, негативны, что впоследствии сказывается на бытии общества и метафизике отдельной личности. Можно говорить о многогранной силе идеологии, которая подчиняя себе бытие (онтологический аспект), начинает устранять реальность, насаждая иллюзии (гносеологический аспект), выдавая их за социальные ценности (аксиологический аспект). Идеология и ее мифологизированные черты формируют индивидуальное сознание, в которое проникают деформации идеального и иллюзии о реальном. Многие гламурные идеи, связанные с красотой, молодостью и богатством, оказываются большей частью мифизированными, фантазийными, отчуждая личность от реальности.

В качестве рекомендаций назовем следующие. Безусловно, избавиться от мифического невозможно: оно укоренено в человеческой природе. Но при этом можно взять на вооружение рациональность, юмор, умение смотреть и оценивать себя со стороны, что позволит удержаться в реальности и адекватно воспринимать происходящее.

Библиографический список

1. Ивашевская Г.Н. Энигма и адиафора. Цветок нарцисса также нежен // Ж. Липовецки. Эра пустоты: эссе о современном индивидуализме / пер. с франц. В.В. Кузнецова. СПб: Владимир Даль, 2001. 332 с.
2. Малиновский Б. Магия, наука и религия. М.: Рефл-бук, 1998. 304 с.

3. Элиаде М. Аспекты мифа. М.: Инвест-ППП, 1996. 240 с.
4. Рассел Б. Практика и теория большевизма. М.: Наука, 1991. 131 с.
5. Матц У. Идеология как детерминанта политики в эпоху модерна // Полис. 1992. № 1, 2. URL: http://www.polisportal.ru/files/File/puvlication/Starie_publicacii_Polisa/M/1992-1-12-Matz-Ideologii_kak_determinanta_politiki.pdf (дата обращения: 17.06.2018).
6. Гандл С. Гламур. М.: НЛО, 2011. 384 с.
7. Нанси Ж.-Л. Непроизводимое сообщество. М.: Водолей, 2011. 208 с.
8. Жижек С. Возвышенный Объект Идеологии. М.: Художественный журнал, 1999. 234 с.

ТЕНДЕНЦИИ В МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ГРНТИ 02.31.21
УДК 001.3+378.1

Н.П. Суханова
НИНХ, Новосибирск

СТАНОВЛЕНИЕ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ В ДОРЕФОРМЕННЫЙ ПЕРИОД

В статье рассматривается наука как социальный институт. Взаимоотношения между обществом и социальным институтом науки чрезвычайно важны, наука нуждается в положительной оценке общества и его поддержке. Анализируются материалы по истории русской науки XVIII–XIX вв. Акцентируется внимание на неразрывной связи отечественной науки с системой образования. Обнаруживается изменение культурного климата и системы ценностей в общественном сознании эпохи в отношении к науке и образованию.

Ключевые слова: наука, социальный институт, образование, ценности, общество, культура.

Современная наука возникла на определенном этапе исторического развития, зародившись в то время, когда не было еще науки как массового социального института. «В России современная наука, являющаяся особой рациональной интеллектуальной системой, европейской по происхождению, появилась отнюдь не в благоприятном интеллектуальном окружении. Однако рационализирующее воздействие науки на это окружение привело к его качественному изменению» [1, с. 136].